

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, MERK, PROMOSI
DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN WARDAH (Studi
Kasus pada Mahasiswa di Universitas
Muhammadiyah Surakarta)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

DIAH FATMAWATI
B 100160120

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, MERK, PROMOSI DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN WARDAH (Studi
Kasus pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Surakarta)**

Yang ditulis dan disusun oleh :

DIAH FATMAWATI

B 100 160 120

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 2 Mei 2020

Pembimbing Utama



(Jati Waskito, S.E., M.Si.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta 57102

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : DIAH FATMAWATI

NIM : B100160120

Jurusan : MANAJEMEN

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, MEREK,
PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN WARDAH (Studi Kasus
Pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah
Surakarta)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 6 Juli 2020

Yang membuat pernyataan

DIAH FATMAWATI

MOTTO

“Barang siapa yang menuntut ilmu yang dipelajari hanya karena Allah, sedang ia tidak menuntutnya kecuali untuk mendapatkan semata-benda dunia, ia tidak akan mendapatkan bau surga pada hari kiamat”

(H.R : Ahmad, Abu Daud Dan Ibnu Majah)

“Barang siapa menempuh jalan dalam rangka menuntut ilmu, niscaya Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga”

(HR: Muslim)

“Barang siapa yang menginginkan kebahagiaan di dunia haruslah dengan ilmu.

Barang siapa yang menginginkan bahagia akhirat juga harus dengan ilmu,

dan barang siapa yang menginginkan kebahagiaan dunia akhirat juga harus

dengan ilmu.

(AL-HADIST)

“Tuntutlah ilmu di saat kamu miskin, ia akan menjadi hartamu. Di saat kamu

kaya, ia akan menjadi perhiasanmu.”

(Luqman Al-Hakim)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin

Dengan senantiasa memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT, shalawat serta salam kepada nabi agung Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya yang sederhana ini untuk:

Bapak dan ibuku tercinta yang senantiasa memberikan kasih sayang, pengorbanan, dukungan dan do'a serta kepercayaan untuk menuntut ilmu.

Terimakasih atas do'a dan nasehat serta motivasi yang tak pernah terputus.

Suamiku serta anak tercinta yang selalu memberikan support untuk terus berjuang dan semangat dalam menuntut ilmu.

Kakakku yang selalu mendukung untuk terus menerus belajar untuk menjadi yang terbaik.

Kampus tercinta.....

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, MERK, PROMOSI DAN HARGA
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
WARDAH
(Studi Kasus pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Surakarta)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji, menganalisa dan menjelaskan tentang pengaruh variabel-variabel kualitas produk, merek, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian. Zaman sekarang para kaum remaja maupun dewasa sudah memiliki kesadaran untuk menggunakan produk kosmetik selain untuk menunjang penampilan juga untuk menjaga kesehatan kulit. Konsumen akan memakai produk kosmetik yang memiliki kualitas produk yang bermutu, merek yang terkenal dan mempunyai harga yang terjangkau bagi konsumen. Maka perusahaan harus bisa mempertahankan kualitas, merek dan harga tersebut agar konsumen tidak tertarik untuk memilih produk lainnya. Keputusan pembelian akan terjadi jika variabel-variabel tersebut dipertahankan oleh perusahaan supaya konsumen akan terus menerus melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut.

Dari hasil pengujian model dalam penelitian ini, menggunakan *purposive sampling* dengan bantuan *software IBM SPSS Statistic 21*, pada 100 responden, dapat menjelaskan hubungan antara kualitas produk, merek, promosi, dan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen Wardah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Pertama, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kedua, merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Ketiga, promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Keempat, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan pembahasan dan simpulan maka disarankan kepada perusahaan Wardah untuk lebih meningkatkan kegiatan promosi untuk menarik konsumen melakukan pembelian terhadap produk Wardah.

Kata kunci: Kualitas Produk, Merek, Promosi, Harga

ABSTRACT

This study aims to examine, analyze and explain the influence of product quality, brand, promotion and price variables on purchasing decisions. Nowadays teenagers and adults already have the awareness to use cosmetic products in addition to supporting appearance as well as to maintain healthy skin. Consumers will use cosmetic products that have quality products, well-known brands and have affordable prices for consumers. So companies must be able to maintain the quality, brand and price so consumers are not interested in choosing other products. Purchasing decisions will occur if these variables are maintained by the company so that consumers will continue to make repeat purchases of the product.

From the results of testing the models in this study, using purposive sampling with the help of IBM SPSS Statistics 21 software, on 100 respondents, can explain the relationship between product quality, brand, promotion, and price on purchasing decisions on Wardah consumers.

The results showed that: First, product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. Second, the brand has a positive and significant influence on purchasing decisions. Third, promotion does not have a positive and significant effect on purchasing decisions. Fourth, prices have a positive and significant effect on purchasing decisions. Based on the discussion and conclusion, it is suggested to Wardah company to increase promotion activities to attract consumers to purchase Wardah products.

Keywords: Product Quality, Brand, Promotion, Price

KATA PENGANTAR



Assalmu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat sampai pada tahap ini dan dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ***“Pengaruh Kualitas Produk, Merek, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wardah”*** studi kasus pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Tidak lupa sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan pada Rasulullah SAW, beserta keluarga, sahabatnya, dan para pengikutnya hingga akhir jaman.

Adapun tujuan penulisan skripsi ini dimaksud untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis pada program studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik secara material maupun moral. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih khususnya kepada:

1. Dr. H. Sofyan Anif, M.si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. h. Syamsudin, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Bapak Jati Waskito, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak waktu, perahitian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.

4. Dewan penguji yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk menguji skripsi ini guna membawa kualitas penulis kearah yang lebih baik.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah mengarahkan dan memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Orang Tua dan kakak terimakasih atas do'a, cinta dan pengorbanan yang tak pernah ada ada habisnya, kasih sayangmu tak akan pernah kulupakan.
7. Febri Andrean suamiku dan M. Nur Fahreza anakku yang tercinta terimakasih telah memberikan dorongan, semangat dan do'a sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak dan terhadap semuanya tidak kiranya penulis dapat membalasnya, hany do'a serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Amin.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	7
B. Penelitian Terdahulu.....	18
C. Hipotesis.....	19
D. Kerangka Pemikiran.....	24

BAB III METODA PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	25
B. Populasi dan Sampel	25
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	26
D. Teknik Pengumpulan Data	26
E. Variabel Penelitian.....	26
F. Metode Analisis Data.....	29

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden	33
B. Analisis Data	35
C. Pembahasan	47

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	53
B. Keterbatasan Penelitian	53
C. Saran	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Table 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	33
Table 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	34
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Produk Wardah ...	35
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	36
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Merek	37
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	37
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	38
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	38
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	40
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	41
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	41
Table 4.14 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	42
Table 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 4.1 Hasil Uji T Variabel Kualitas Produk	44
Gambar 4.2 Hasil Uji T Variabel Merek.....	45
Gambar 4.3 Hasil Uji T Variabel Promosi.....	46
Gambar 4.4 Hasil Uji T Variabel Harga	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Hasil Uji Validitas

Lampiran 3 : Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 4 : Hasil Uji Normalitas

Lampiran 5 : Hasil Uji Multikolinieritas

Lampiran 6 : Hasil Uji Heteroskedastisitas

Lampiran 7 : Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda